

# **MOBILITAS SPASIAL PEREMPUAN PELAKU USAHA E-COMMERCE DI KOTA BEKASI**

Fadhilah Indraswari  
Fadhilah.indraswari@mail.ugm.ac.id

R. Rijanta  
Rijanta@ugm.ac.id

## **ABSTRAK**

Tenaga kerja dengan produktivitas yang tinggi dapat mempengaruhi besar pendapatan yang diperoleh. Salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja adalah dengan memiliki pekerjaan sampingan. Banyak tenaga kerja perempuan yang memiliki pekerjaan sampingan khususnya pekerjaan sampingan yang memanfaatkan situs *e-commerce*. Kegiatan tersebut membentuk mobilitas secara virtual dan mobilitas secara konvensional. Berikut ini merupakan tujuan penelitian antara lain: 1) Mendeskripsikan motivasi yang mendorong pekerja perempuan di Kota Bekasi untuk memiliki pekerjaan sampingan, 2) Menganalisis hubungan antara interaksi spasial yang terbentuk dari kegiatan pekerjaan sampingan yang memanfaatkan *e-commerce* dengan durabilitas produk yang dijual, 3) Mengukur berapa besar sumbangan pendapatan yang dihasilkan dari pekerjaan sampingan yang memanfaatkan *e-commerce* terhadap total pendapatan rumah tangga. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* berupa *purposive sampling* menggunakan kuesioner. Hubungan antara interaksi spasial dengan durabilitas produk dianalisis menggunakan koefisien Cramer. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara interaksi spasial yang terbentuk dengan durabilitas produk dikarenakan adanya solusi permasalahan jarak tempuh.

Kata kunci: *e-commerce*, motivasi kerja, mobilitas spasial, sumbangan pendapatan

## **ABSTRACT**

*Labor with high productivity may affect the amount of earned income. One way to increase productivity is to have multiple jobs. Many workers have side job or moonlighting or multiple jobs, especially that utilize e-commerce sites. Moonlighting activities form virtual and conventional mobility. The following research objectives are: 1) Describe the motivation that encourages female workers in Bekasi to have side jobs, 2) Analyze the relationship between formed spatial interaction from side job activities using e-commerce with durability of products, 3) Measure the income contribution from side jobs using e-commerce to household total income. These studies use sampling technique in the form of purposive sampling using questionnaires. The association between the formed spatial interactions with the durability of the product is analyzed using Cramer coefficient. The results of the analysis indicate that there is no association between formed spatial interactions with product durability because there are solutions of distance problems.*

*Keywords: e-commerce, work motivation, spatial mobility, contribution of income*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan proses kenaikan output perkapita yang terus menerus dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi tersebut merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan. Dengan demikian makin tingginya pertumbuhan ekonomi biasanya makin tinggi pula kesejahteraan masyarakat, meskipun terdapat indikator yang lain yaitu distribusi pendapatan (Sukirno, 1996). Peningkatan produktivitas tenaga kerja akan menyebabkan kenaikan pendapatan sehingga terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi. Salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas kerja adalah dengan melakukan kegiatan bekerja sampingan.

Dewasa ini, banyak pula pekerja yang berjenis kelamin perempuan akibat gencarnya kesetaraan gender sehingga menghilangkan *stereotype* bahwa perempuan hanya di rumah untuk membantu pekerjaan rumah tangga. Tidak sedikit perempuan yang menjadi tulang punggung bagi keluarganya dengan bekerja baik dalam sektor formal maupun sektor informal. Hal tersebut yang membuka kemungkinan bagi perempuan untuk memiliki pekerjaan sampingan dengan tujuan mendapatkan pendapatan yang lebih atau dengan berbagai motivasi lainnya.

Pekerjaan perempuan di wilayah perkotaan umumnya lebih bersifat heterogen dibandingkan di wilayah perdesaan. Hal tersebut dikarenakan sektor perekonomian dominan yang terdapat di perkotaan berupa perdagangan dan jasa sehingga jenis pekerjaan yang ditawarkan lebih bervariasi. Selain itu, karena adanya perkembangan teknologi yang cukup pesat di bidang perdagangan dan jasa secara *online*, tidak sedikit perempuan

yang juga memanfaatkan teknologi tersebut untuk dapat memperoleh pendapatan tambahan.

Kegiatan yang dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi ICT (*Information, Communication, and Technology*) dapat mempersingkat dan mempermudah perempuan dalam melakukan pekerjaan sampingan. Berdasarkan informasi yang didapat dari GoodNewsFromIndonesia.org, Indonesia diprediksi akan bersaing keras menjadi pusat *e-commerce* di Asia Tenggara karena cukup menjadi favorit pemain digitas bermarkas pada tahun 2010-2016 dengan investasi sebesar 894 juta Dollar. Adanya potensi tersebut dapat memberikan peluang terhadap perempuan dalam berbisnis melalui situs *e-commerce*.

Aktivitas jual beli dengan menggunakan *e-commerce* dapat membentuk interaksi spasial bagi perempuan yang memiliki pekerjaan sampingan atau *multiple job holding*. Interaksi spasial tersebut terdiri dari aliran bahan baku dan aliran penjualan produk yang menjangkau wilayah yang luas. Hal tersebut dikarenakan adanya kebebasan dalam berinteraksi yang tidak terbatas oleh jarak sehingga dapat membentuk suatu pola interaksi dari kegiatan *multiple job holding* dengan memanfaatkan ICT tersebut. Aktivitas usaha dengan memanfaatkan situs *e-commerce* membentuk suatu mobilitas berupa mobilitas konvensional maupun mobilitas virtual.

## TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan motivasi yang (1) mendorong pekerja perempuan di Kota Bekasi untuk memiliki pekerjaan sampingan, (2) menganalisis hubungan antara interaksi spasial yang terbentuk

dari kegiatan pekerjaan sampingan yang memanfaatkan ICT dengan durabilitas produk yang dijual dan (3) mengukur berapa besar sumbangan pendapatan yang dihasilkan dari pekerjaan sampingan terhadap total pendapatan yang dihasilkan.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu gabungan metode kualitatif dan kuantitatif (*mix method*). Berdasarkan tipe penelitian *mixed method*, model penelitian yang digunakan adalah *sequential exploratory*. Metode *sequential exploratory* merupakan metode penelitian kombinasi yang menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif secara berurutan, di mana pada tahap pertama penelitian menggunakan metode kualitatif dan pada tahap kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode kualitatif berfungsi untuk menemukan hipotesis pada kasus tertentu atau sampel terbatas, dan metode kuantitatif berfungsi untuk menguji hipotesis pada populasi yang lebih luas. Metode kombinasi ini berguna untuk menemukan hipotesis dan sekaligus membuktikan validitas eksternal hipotesis tersebut (Sugiyono, 2012).

Metode kualitatif digunakan dalam memperoleh data mengenai motivasi yang melatarbelakangi pekerja perempuan untuk memiliki pekerjaan sampingan, dan bagaimana jangkauan interaksi dengan memanfaatkan media ICT melalui kuesioner. Metode kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara interaksi spasial yang terbentuk dari kegiatan bekerja sampingan dengan durabilitas produk yang dijual melalui situs *e-commerce* serta besar peranan pendapatan dari pekerjaan

sampingan terhadap pendapatan total melalui perbandingan antara data pendapatan dari pekerjaan sampingan dengan data pendapatan total rumah tangga. Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dilakukan terlebih dahulu untuk memperoleh data yang kemudian dapat diolah dengan menggunakan metode kuantitatif.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugianto (2003) *Purposive sampling* merupakan penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. pemilihan sampel adalah dengan menyeleksi *region* Kota Bekasi pada berbagai situs jual beli online seperti Bukalapak, Shopee dan Tokopedia. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan terhadap 60 responden perempuan pelaku usaha *e-commerce* di Kota Bekasi.

Data primer berupa data hasil kuesioner terhadap perempuan yang memiliki pekerjaan sampingan khususnya pekerjaan sampingan yang memanfaatkan ICT melalui situs *e-commerce*. Data sekunder yang dibutuhkan dalam analisis ini yaitu informasi terkait kondisi kependudukan, sosial, dan ekonomi di Kota Bekasi serta data spasial yang berupa peta dasar Kota Bekasi yang dapat digunakan sebagai sumber data untuk peta yang menggambarkan persebaran sampel pekerja perempuan serta menggambarkan interaksi spasial dari pemanfaatan media ICT melalui situs *e-commerce* dalam kegiatan *e-commerce* sebagai pekerjaan sampingan.

Analisis deskriptif kualitatif akan dipergunakan untuk mendeskripsikan informasi dari kuesioner terhadap responden untuk

mengetahui motivasi yang melatarbelakangi untuk melakukan kegiatan bekerja sampingan serta bagaimana interaksi yang dihasilkan dari pemanfaatan media ICT dalam kegiatan pekerjaan sampingan. Analisis deskriptif kuantitatif akan dipergunakan ketika data dan informasi yang diperoleh berupa data-data kuantitatif yang berkaitan mengenai besar total pendapatan rumah tangga dan besar pendapatan yang dihasilkan dari pekerjaan sampingan yang digunakan untuk mengetahui sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan terhadap pendapatan total rumah tangga serta menganalisis hubungan yang terbentuk antara variabel interaksi spasial dan durabilitas produk. Hubungan antara interaksi spasial yang terbentuk dengan durabilitas atau usia produk yang ditawarkan dianalisis menggunakan uji statistik berupa *chi square* dengan koefisien Cramer. Menurut Uyanto (2006), uji *chi square* digunakan untuk menguji apakah dua variabel kategorik berskala nominal mempunyai asosiasi atau hubungan. Sementara koefisien Cramer digunakan untuk menunjukkan ukuran hubungan atau asosiasi antara dua variabel penelitian yang memiliki data berskala nominal (Hidayat dan Nina, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Motivasi Bekerja Sampingan

Motivasi yang melatarbelakangi adanya kegiatan bekerja sampingan terbagi menjadi motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Menurut Nawawi (1997), motivasi intrinsik adalah pendorong kerja yang bersumber dari dalam diri pekerja. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang bersumber dari luar diri pekerja sebagai individu. Oleh karena itu motivasi yang melatarbelakangi responden untuk melakukan kegiatan

bekerja sampingan diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Tabel motivasi kegiatan bekerja sampingan menggunakan situs *e-commerce*

Motivasi Intrinsik	Motivasi Ekstrinsik
Kegemaran dalam melakukan kegiatan bekerja sampingan	Pemenuhan kebutuhan ekonomi
Pemenuhan gaya hidup	Peluang pekerjaan sampingan besar
Mengisi waktu	Pekerjaan pasangan
Fleksibilitas jam kerja dibanding pekerjaan utama	

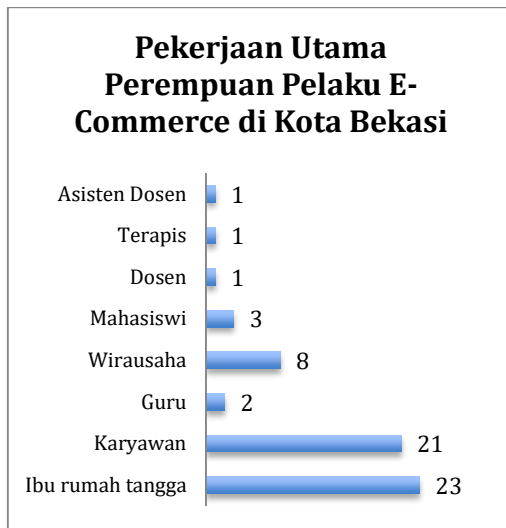
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2017

Terdapat kemungkinan bahwa perempuan yang memanfaatkan situs *e-commerce* sebagai media bekerja sampingan memiliki banyak motivasi yang melatarbelakangi kegiatan bekerja sampingan. Berdasarkan pengolahan data primer, kegemaran dalam melakukan kegiatan bekerja sampingan dipilih sebagian besar responden sebagai motivasi yang melatarbelakangi kegiatan bekerja sampingan dengan memanfaatkan *e-commerce*. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menyukai aktivitas jual beli karena bersosialisasi dengan banyak orang maupun kegemaran dalam memproduksi barang yang dijual pada situs *e-commerce*.

## 2. Interaksi Spasial

### 2.1 Pekerjaan Utama

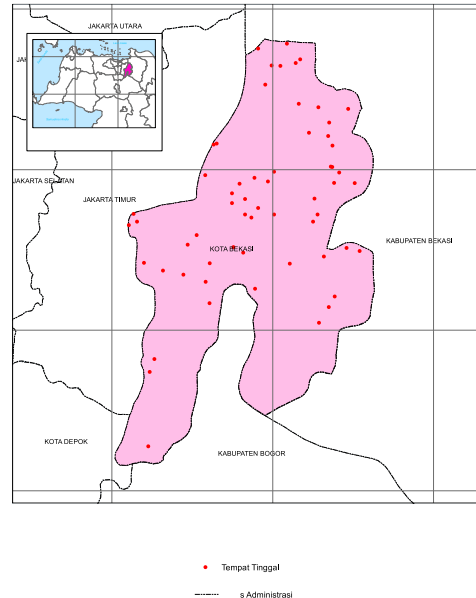
Pekerjaan utama responden yang merupakan perempuan pelaku *e-commerce* tersebut memiliki jenis yang beragam. Jenis pekerjaan utama tersebut antara lain adalah ibu rumah tangga, karyawan, guru, wirausaha, mahasiswi, dosen, terapis, dan asisten dosen. Berdasarkan pengelompokan tenaga kerja menurut Rasjidi (1997) dalam Saidah (2013), responden didominasi oleh tenaga kerja yang tergolong dalam kelompok tenaga kerja terdidik atau tenaga ahli.



Gambar 2 Grafik Pekerjaan Utama Perempuan Pelaku E-Commerce di Kota Bekasi Tahun 2017

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2017

Berikut ini merupakan persebaran lokasi sampel penelitian di Kota Bekasi:



Gambar 3 Peta Persebaran Lokasi Sampel Penelitian di Kota Bekasi Tahun 2017

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2017

Mobilitas atau pergerakan yang dihasilkan dari kegiatan pekerjaan utama tergolong dalam mobilitas konvensional. Kegiatan pekerjaan utama menghasilkan mobilitas konvensional karena pergerakannya terbatas dalam suatu ruang fisik. Peta interaksi spasial kegiatan pekerjaan utama menggambarkan interaksi yang dihasilkan dari kegiatan pekerjaan utama. Wilayah tujuan aktivitas bekerja utama yaitu di dalam Kota Bekasi, Kota Jakarta, Kabupaten Bekasi, dan Kabupaten Tangerang. Berikut ini adalah peta interaksi spasial kegiatan pekerjaan utama yang dihasilkan oleh responden penelitian:



serta *Coefficient Cramer* untuk mengukur kekuatan hubungan. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS, koefisien Cramer memiliki nilai sebesar 0,080 sehingga dapat diketahui bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi asal bahan baku produk dengan durabilitas produk. Hal tersebut dikarenakan adanya faktor interaksi yang mendominasi kegiatan aliran bahan baku yaitu *transferability*.

Tabel 2 Hasil Uji *Chi-Square* Hubungan Antara Jarak Lokasi Asal Bahan Baku Dengan Durabilitas Produk

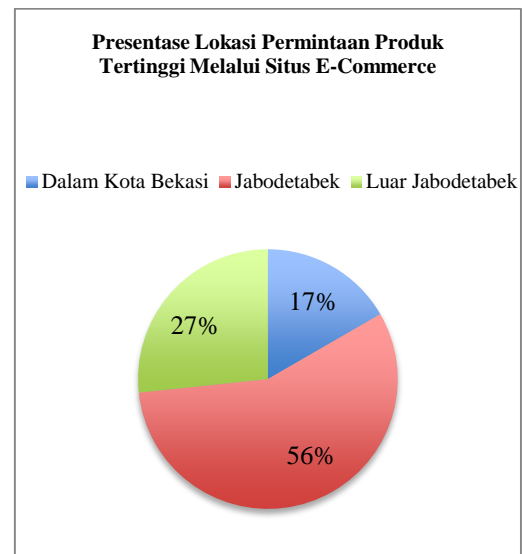
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.335	.080
	Cramer's V	.335	.080
	N of Valid Cases	60	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Menggunakan SPSS 20; n=60

### 2.3 Aliran Permintaan Produk

Permintaan produk yang ditawarkan melalui situs *e-commerce* menjangkau cakupan wilayah yang luas. Hal tersebut dikarenakan siapapun dapat mengakses situs *e-commerce* jika terhubung dengan jaringan internet. Proses tersebut menghasilkan suatu mobilitas virtual yang tidak dibatasi oleh ruang fisik. Berdasarkan data primer penelitian, penjualan terhadap produk utama yang ditawarkan oleh responden dengan persentase tertinggi terdapat di wilayah Jabodetabek dengan persentase sebesar 56%. Sementara permintaan produk dari luar Jabodetabek yang meliputi Purwakarta, Yogyakarta, Surabaya, Makassar, Denpasar, Bengkulu, Banda

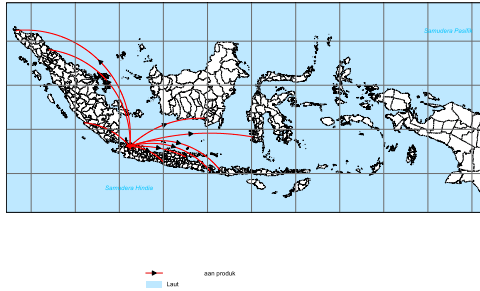
Aceh, Lombok Barat, Medan, dan Banjarmasin memiliki permintaan produk sebesar 27% dan yang terkecil adalah permintaan produk dari dalam Kota Bekasi yaitu sebesar 17%. Dari besarnya persentase permintaan tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat di wilayah Jabodetabek memiliki minat yang cukup tinggi dalam berbelanja *online*.



Gambar 7 Grafik Presentase Lokasi Permintaan Produk Tertinggi Melalui Situs *E-Commerce* di Kota Bekasi Tahun 2017

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2017

Hubungan antara durabilitas produk dengan jarak lokasi tujuan penjualan tertinggi produk dapat diketahui melalui uji *chi square* dengan menggunakan koefisien Cramer. Variabel jarak lokasi tujuan penjualan tertinggi produk terdiri dari dalam Kota Bekasi, Jabodetabek, dan Luar Jabodetabek. Lokasi tujuan penjualan tertinggi tersebut digolongkan berdasarkan jarak relatif dengan waktu pengiriman produk.



Gambar 8 Peta Aliran Permintaan Produk di Kota Bekasi Tahun 2017  
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2017

Variabel wilayah tujuan penjualan tidak mencakup luar negeri karena variabel tersebut hanya menggunakan wilayah tujuan penjualan produk tertinggi. Sementara variabel durabilitas produk terdiri dari produk usia panjang dan produk usia pendek. Berdasarkan hasil pengujian, koefisien Cramer memiliki nilai sebesar 0,085 sehingga dapat diketahui bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel tujuan penjualan tertinggi dengan kategori produk.

Tabel 3 Hasil Uji *Chi-Square* Hubungan Antara Jarak Lokasi Tujuan Penjualan Tertinggi Dengan Durabilitas Produk

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	.286	.085
	Cramer's V	.286	.085
N of Valid Cases		60	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer Menggunakan SPSS 20; n=60

Hubungan antara interaksi spasial yang terbentuk dan durabilitas produk yang ditawarkan tidak membentuk hubungan yang signifikan. Hal tersebut dikarenakan jarak bukan permasalahan yang besar bagi produk dalam kategori usia panjang maupun produk usia pendek untuk dapat menjangkau wilayah tujuannya. Produk dalam kategori usia pendek

dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dengan adanya pilihan jasa pengiriman untuk dapat mencapai wilayah tujuannya dalam waktu yang diinginkan. Jarak tidak berarti dalam lingkup tertentu dan dapat berperan pada lingkup yang lebih luas misalnya seperti kegiatan jual beli dengan tasal maupun tujuan dari luar negeri. Adanya media ICT khususnya situs *e-commerce* memungkinkan perempuan menjangkau ruang yang lebih jauh dan tidak dibatasi oleh ruang fisik.

### 3. Sumbangan Pendapatan

Kegiatan bekerja sampingan menghasilkan penambahan pendapatan rumah tangga. Sehingga dapat diukur seberapa besar sumbangan pendapatan dari kegiatan bekerja sampingan dengan memanfaatkan media ICT yaitu situs *e-commerce*. Sumbangan pendapatan tersebut diukur berdasarkan beberapa variabel pengukuran antara lain:

1. Pendapatan pekerjaan utama
2. Pendapatan pekerjaan sampingan
3. Pendapatan pekerjaan utama anggota keluarga lainnya
4. Pendapatan pekerjaan sampingan anggota keluarga lainnya

Berdasarkan perhitungan sumbangan pendapatan pekerjaan sampingan terhadap 60 responden perempuan yang memanfaatkan situs *e-commerce* maka diketahui bahwa 78% responden memiliki sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan yang rendah, 18% responden dengan sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan yang tergolong sedang, dan 4% responden dengan sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan yang tergolong tinggi. Hal tersebut dikarenakan pendapatan total rumah tangga lebih didominasi oleh pendapatan yang berasal dari pekerjaan



utama maupun pekerjaan dari anggota keluarga lainnya.



Gambar 9 Diagram klasifikasi sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan dengan menggunakan situs *e-commerce* di Kota Bekasi Tahun 2017

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer 2017

Tabel 4.4 Tabel klasifikasi sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan dengan menggunakan situs *e-commerce*

Klasifikasi sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan	Persentase pendapatan pekerjaan sampingan (%)
Tinggi	66,96 – 100
Sedang	33,9 – 66,95
Rendah	0,84 – 33,89

Sumber: Data Primer Penelitian 2017

Dari data tersebut terdapat beberapa responden yang pendapatan pekerjaan sampingannya tidak menentu dan hanya memberikan data berupa kisaran pendapatan. Oleh karena itu, ditentukan nilai tengah dari kisaran pendapatan bulanan agar dapat diukur kontribusinya terhadap pendapatan rumah tangga. Kontribusi pendapatan pekerjaan sampingan terhadap pendapatan total rumah tangga tergolong kecil dikarenakan

pendapatan yang diperoleh tidak menentu setiap bulannya.

## KESIMPULAN

1. Kegiatan bekerja sampingan yang dilakukan oleh perempuan dengan memanfaatkan situs *e-commerce* dilatarbelakangi oleh berbagai motivasi. Motivasi responden yang paling utama adalah kegemaran dalam melakukan kegiatan bekerja sampingan khususnya memproduksi barang yang dijual.
2. Interaksi spasial terbentuk dari aktivitas aliran bahan baku dan aliran penjualan produk melalui situs *e-commerce*. Adanya situs *e-commerce* dapat memberdayakan wanita dan menambah mobilitas wanita secara virtual dan tidak dibatasi oleh ruang fisik. Analisis terkait hubungan antara interaksi spasial dengan durabilitas produk menghasilkan hubungan yang tidak signifikan. Hal tersebut dikarenakan terdapat solusi dari permasalahan jarak tempuh.
3. Sumbangan pendapatan dari pekerjaan sampingan yang menggunakan situs *e-commerce* terhadap pendapatan rumah tangga didominasi oleh sumbangan pendapatan dengan persentase yang rendah. Hal tersebut dikarenakan dominasi pendapatan dari pekerjaan utama maupun pendapatan dari anggota keluarga lainnya.

## SARAN

1. Pengumpulan data dilakukan lebih detil dengan cara mewawancarai responden secara langsung maupun melalui media telekomunikasi dikarenakan kuesioner yang disebarakan secara online memiliki kelemahan yaitu jawaban responden yang kurang

- tepat dan informasi tidak dapat digali lebih dalam.
2. Penelitian ini menggunakan responden berjenis kelamin perempuan sehingga interaksi yang terbentuk dihasilkan dari aliran produk tertentu saja. Kondisi tersebut mengakibatkan

penelitian dianggap kurang relevan jika dijadikan sebagai acuan untuk penelitian terkait mobilitas spasial pengguna *e-commerce* secara umum.

## DAFTAR PUSTAKA

Hidayat, Taufik, dan Nina. 2011. *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 19 untuk Mengolah Data Statistik Penelitian*. Jakarta: Mediakita.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/infographic/indonesia-menuju-takhta-e-commerce-asia-tenggara>. [23 Oktober 2016].

Nawawi, Hadari. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Saidah. 2013. *Pembagian Kerja Berdasarkan Jenis Kelamin*. Jurnal Sosiologi Konsentrasi, Volume 1, Nomor 1, 2013:01-12.

Sugiarto, et al. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 1996. *Pengantar Teori Makroekonomi*. Depok: Raja Grafindo Persada.

Uyanto, Stanislaus. 2006. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu

